

# CONGRESOAECOC'12

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL GRAN CONSUMO

Barcelona, 24 y 25 de Octubre

## LIDERAR

EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

---

# CONGRESO AECOC'12

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL GRAN CONSUMO

Barcelona, 24 y 25 de Octubre

Un año más, el Congreso AECOC reunirá a la cúpula del gran consumo de nuestro país en el mejor escenario de colaboración y punto de encuentro para los más de 1.000 empresarios y altos directivos de las principales empresas de la fabricación y la distribución.

En sus 27 años de vida se ha convertido en el Congreso de referencia en España para el sector del Gran Consumo. En esta edición, los congresistas tendrán la oportunidad de explorar los límites de la sociedad digital; analizar la importancia de los valores; debatir acerca del nuevo consumidor y de cómo crear y desarrollar marcas en democracia; así como redefinir.

## LIDERAR EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

Vivimos en tiempos difíciles, condicionados por la crisis. Quizás demasiado. La Distribución y el Gran Consumo son sectores que se hacen día a día porque hay que vender hoy, mañana, pasado y todos los días. A diario, fabricantes y distribuidores vuelven a empezar. Y ahora toca hacerlo para salir de la crisis. Con un consumidor que será distinto, o no, pero que tendrá que sobreponerse a las malas noticias para recuperar la confianza y aumentar el consumo. Con una situación que será mejor o peor pero que en cualquier caso, y como todos los días, nos obliga a coger las riendas...

**y volver a empezar cada día**

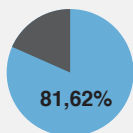


## LOS ASISTENTES

Más de 1.000 directivos del Gran Consumo en España

- Presidentes
- Consejeros delegados
- Directores Generales

En 2011



· Cargos Directivos

## LAS COMPAÑÍAS

En 2011 ASISTIERON...

**86%**  
DEL TOP 50 FABRICANTES

**95%**  
DEL TOP 20 DISTRIBUIDORES

## PRECIO

### ASOCIADOS AECOC:

1.035 € + 21% IVA

### NO ASOCIADOS AECOC:

2.070 € + 21% IVA

## SEDE

Palau de Congressos de Catalunya  
Av. Diagonal, 661-671,  
08028 Barcelona  
[www.pcongresos.com](http://www.pcongresos.com)



## HORARIOS

Martes 23 octubre:

**20.30h.** Cena de Bienvenida  
en la sede del Congreso.

Con la presencia de:

**Antonio Garrigues Walker.**

Presidente,

**BUFETE GARRIGUES**

Miércoles 24 de octubre:

**10.00h.** Inauguración

**19.15h.** Fin de la jornada

Jueves 25 de octubre:

**9.00h.** Inicio de la jornada

**14.00h.** Clausura del Congreso

**14.15h.** Cocktail de despedida

Más información e inscripciones:

[www.aecoc.es/eventos/congresoaeoc2012](http://www.aecoc.es/eventos/congresoaeoc2012)

CONGRESOAECOC'12

## LOS BLOQUES TEMÁTICOS

### Competir en un nuevo entorno.

Nos enfrentamos a un marco económico incierto. ¿Coyuntural o estructural? Afrontamos y afrontaremos variaciones muy significativas en el marco normativo en el que debemos operar. Estamos cabalgando cambios demográficos de un alcance que quizá no hemos sabido valorar. Vivimos y viviremos alteraciones en la cadena de valor, nuevas alianzas.

Este es el entorno inmediato que vamos a vivir y en el que vamos a competir desde mañana. Hoy estamos poniendo en práctica lo que pensamos ayer. Es el momento de ir más rápido.

### La era del consumidor ... en una sociedad en red

¿Cuáles son las bases del funcionamiento y del deseo del consumidor? Lo que ha sido y será siempre y lo que ha ido cambiando. Lo que cambia y lo que permanece.

Un consumidor (comprador / cliente) con nombre y apellido, cansado de las leyes del viejo marketing y que busca en las empresas transparencia, diálogo, complicidad. Dispuesto a ejercer su poder, tanto si se lo ofrecemos como si no.

Un consumidor *hiperconectado*, que está en todas partes y en ninguna. Sometido a la influencia y recomendación permanente de otros consumidores. Al que pretendemos alcanzar y, sin embargo, es él quien nos encuentra. Que no siempre nos ve con los mismos ojos. Que no nos deja elegir el momento ni el lugar para conquistarlo.

Puestos a rescatar cosas, rescatemos al consumidor que está en la base de la cadena y que es quien mueve el consumo.

Una sociedad condicionada por un marco tecnológico que entraña amenazas pero que también conlleva innumerables oportunidades. Oportunidades en la forma de nuevos modelos de consumo y comercio, “reales” y “virtuales”, de aplicaciones para tienda e industria que aportan valor diferencial al consumidor o eliminan barreras. Oportunidades que derivan del entendimiento de las tecnologías emergentes y del aprovechamiento de los múltiples canales de conexión con el consumidor.

### Valores: la sociedad que queremos

Valores de las personas y de las empresas.

Los valores cívicos y la ética. Todo empieza en el ser humano, la base es la persona. Para que mañana tengamos una sociedad responsable, consciente, ética y sana necesitamos sentar las bases de su educación desde el principio. En el compromiso, en la creatividad, en la superación, en la proactividad.

El reto de las empresas: gestión del cambio permanente y liderazgo. Cuidar la reputación, el valor de la reputación. No hay marcas sin valores.

### Innovación: el mercado de mañana

Renovemos los votos que hicimos con la innovación, que en los últimos años se ha visto muy maltratada. En la innovación como alternativa a la destrucción de valor.

¿Cómo rediseñar productos atractivos? ¿Cómo crear nuevos momentos de consumo? ¿Cómo seducir a nuevos targets?

Innovación en plena comunión con el consumidor. Vayamos de la mano y dejemos que sea él quien nos guíe en el diseño, quien nos deje entrar en su casa para ver sus necesidades.

### Hacia una cadena de valor sostenible

Es imperativo conseguir crear una cadena agroalimentaria eficiente, sostenible y competitiva, orientada a la generación de valor al cliente final y a la vez responsable social y medioambientalmente. A través de alianzas y, sobre todo, de la colaboración.

### Empresas y emprendedores: el mundo como mercado

Casos nacionales e internacionales que nos lleven a reflexionar sobre si el éxito se puede replicar. Que permitan obtener enseñanzas transversales.

Ejemplos de apuesta por una estrategia, por nuevos modelos de negocio, de buscar en el exterior oportunidades para crecer. También desde las pymes.

## CENA DE BIENVENIDA

Martes 23 octubre.

20.30h. En la Sede del Congreso

### Necesitamos una nueva escala de valores

Crisis, burbujas inmobiliarias o financieras, corrupción... En el origen de todos estos problemas está la “relajación” en las obligaciones del hombre y las empresas, de las normas que rigen la conducta humana y de las compañías. Y la solución también pasa por ahí, por revisar nuestra escala de valores, reforzando el compromiso, el esfuerzo y la responsabilidad. Por apostar también por la transparencia en las empresas, pues sin transparencia no hay sostenibilidad, no hay viabilidad, no hay futuro. Cambios que, en definitiva, consisten en que las personas y las empresas seamos “buenos ciudadanos”; tan simple como eso.



**Antonio Garrigues Walker.**  
Presidente,  
**BUFETE GARRIGUES**

Antonio Garrigues Walker es una de las figuras más relevantes del panorama empresarial español y todo un referente en cuestiones éticas y de responsabilidad social.

Licenciado en derecho por la Universidad de Madrid, preside el bufete Garrigues y es también Presidente y Consejero de varias empresas. Entre sus principales logros está la internacionalización de su compañía, que hoy está presente en 17 países de cuatro continentes. Hoy es Embajador Honorario de la Marca España.

Es también Patrono de la Fundación Consejo España-Australia, Patrono de la Fundación Consejo España-China y Patrono de Honor de las Fundaciones Consejo España-Japón y España-Estados Unidos. Miembro del grupo español de La Comisión Trilateral creada en 1971 para fomentar las relaciones entre Europa, Japón y los EE.UU. También es Presidente de Honor de España del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para Refugiados (ACNUR) y patrono vitalicio de la Fundación José Ortega y Gasset – Gregorio Marañón.

Fundador del Capítulo Español de Transparencia Internacional (TI), organismo para la lucha contra la corrupción y Presidente de Honor y Patrono de la APD (Asociación para el Progreso de la Dirección).

A lo largo de su carrera ha recibido numerosos premios y reconocimientos entre los que figuran la Gran Cruz de San Raimundo de Peñafort, la Gran Cruz de la Orden del Mérito Civil, la Gran Cruz al Mérito en el servicio de la Abogacía, la Orden del Tesoro Sagrado (Condecoración Japonesa), la Gran Cruz de Isabel la Católica y la Orden Oficial del Wissam Al-Alaoui, (de Marruecos), entre otros.

De ideología liberal y pensamiento orteguiano, Antonio Garrigues Walker es un europeísta convencido que entiende que la unidad económica efectiva de Europa es la única manera de hacer frente al cambio de eje de la economía global.

- “ La crisis ha perjudicado la idea de Europa, porque cada uno ha ido a defender lo suyo. Europa unida, haciendo las cosas bien, puede competir con dignidad. Pero si no se une, es impensable. ”
- “ Hay que mejorar en innovación, producción, competitividad y educación. En estos temas tan claros no puede haber desencuentro ideológico. ”
- “ En España los líderes empresariales, eclesiásticos y sindicales no se están portando bien. Esta fallando lo que reclamaba permanentemente Ortega y Gasset, y es que el líder está para dar ejemplo. ”
- “ Ante una misma situación alguna gente reacciona rápidamente y se adapta a las circunstancias, e incluso mejora, y otros se quedan quietecitos. Y si te quedas quieto, te hundes. ”

## ALGUNOS PONENTES DE ESTA EDICIÓN



### Lluís Bach.

Presidente y Consejero Delegado, **GRUPO ORANGINA SCHWEPPEES**  
Miembro del Consejo de Administración, **SUNTORY HOLDINGS LTD**

---

Lluís Bach se incorporó a Orangina Schweppes en calidad de Consejero Delegado en 2007, cuando la compañía pertenecía a The Blackstone Group y Lion Capital. Los dos Fondos de Inversión vendieron la empresa a Suntory Holdings Ltd en Noviembre 2009, operación que fue galardonada como "Exit of the Year" en el "Award of Excellence in Private Equity Europe 2010".

Confirmado en su cargo de Consejero Delegado por la nueva propiedad, en Marzo 2012 ha sido nombrado Presidente y Consejero Delegado de Orangina Schweppes, y miembro del Consejo de Administración de Suntory Holdings, primer no japonés nombrado para esa posición.

Anteriormente ocupó distintos cargos y responsabilidades en el grupo Martini & Rossi durante 14 años y en el Grupo Bacardi durante 15 años. Durante ese tiempo desarrolló su actividad laboral a nivel mundial en Europa, África, Latinoamérica y Asia. En junio 2012 asumió también la Presidencia no ejecutiva de Daler Rowney Ltd, compañía británica líder internacional en materiales para bellas artes.

Actualmente es también Vicepresidente de la UNESDA, la asociación que representa a la industria europea de bebidas refrescantes, tras haber sido Presidente entre junio de 2009 hasta Junio de 2011.



### Ana Bella.

Fundadora y Presidenta,  
**FUNDACIÓN ANA BELLA.**

---

La vida ha dado la oportunidad a Ana Bella de demostrar su capacidad de superar dificultades, de demostrar valentía, coraje y espíritu emprendedor. Ana Bella creó la Fundación Ana Bella para ayudar a mujeres maltratadas.

La Fundación es una amiga para aquellas mujeres que carecen de red social de apoyo debido a la exclusión y al maltrato.

Ana Bella aparece en programas de tv y radio como testimonio positivo para otras mujeres, demostrando que se puede salir de la violencia y emprender una vida nueva en igualdad.



### Ricardo Currás.

Consejero Delegado,  
**GRUPO DIA**

---

Tras una breve estancia en Arthur Andersen, se incorpora a Dia en 1986 como analista en control de gestión.

En 1991 pasa a formar parte de la Dirección Comercial como Director de Marca Propia, en 1994 se hace cargo de la Dirección de Operaciones Comerciales y Logística y en 1997 es nombrado Director Comercial del Grupo y miembro del Comité De Dirección de DIA Internacional.

En 2006 es nombrado Director Ejecutivo para DIA España y en 2009 Presidente de Grupo Dia y miembro del Comité de Dirección de Carrefour.

Tras el Spin-off de Carrefour, en julio de 2011 es nombrado Consejero Delegado de Dia.



**Belen Frau.**  
Directora General,  
**IKEA IBÉRICA.**

---

Es Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad del País Vasco.

Entre 1997 y 2004, trabajó en la consultora Deloitte & Touche como gerente de auditoría para el sector de energía, servicios y telecomunicaciones.

En 2004 se incorpora a IKEA como jefa del departamento de administración de la tienda de Barakaldo, puesto que desempeña hasta 2006, año en que es nombrada subdirectora de la tienda y ya en 2008 pasa a ocupar el cargo de directora de IKEA Barakaldo, hasta su nombramiento en septiembre de 2011, como directora general de la compañía en España



**Alfonso Jiménez.**  
Presidente,  
**CASCAJARES**

---

Estirando mucho todos sus ahorros, las 160.000 pesetas que pusieron de capital inicial junto a su amigo Francisco Iglesias, la primera idea empresarial del proyecto “Cascajares” fue la de comercializar un capón entero enlatado. En el año 2003 se anunció el enlace de S.A.R. los Príncipes de Asturias y Alfonso Jiménez y Francisco Iglesias no lo dudaron y ante la sorpresa de muchos se propusieron que CASCAJARES estuviera presente en algún plato del banquete de la boda. El crecimiento desde entonces fue meteórico.

El último reto, de momento, de Alfonso Jiménez es el de la expansión de la empresa más a allá del Atlántico. El 1 de enero de 2009 empezó a rodar el proyecto de “Cascajares Canadá” y tres años después acaban de inaugurar la primera fábrica propia en ese país. Además el pasado año han abierto una delegación comercial en París para afianzar sus exportaciones al país vecino y han adquirido una empresa de la competencia (La Carnala) dentro del sector de agroalimentación en el que trabajan.

A finales de 2008 el Ministerio de Agricultura reconoció a Alfonso Jiménez con el premio Alimentos de España “por su espíritu emprendedor en una dilatada y atrayente trayectoria empresarial. Además de por la intensa actividad desarrollada en recuperar productos tradicionales y en aportarles mayor valor añadido, empleando técnicas innovadoras y elaborando alimentos de calidad y creativos”. En 2011 la empresa fue elegida mejor PYME de España en una votación celebrada entre todos los lectores de la revista “Emprendedores”.



**José López.**  
Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones,  
**GLOBE de NESTLÉ**

---

Con una carrera de más de 30 años en Nestlé, José López ha ostentado varias posiciones incluyendo la de Director de Operaciones de la región de Oceanía y CEO de Nestlé Japón, antes de aceptar en Febrero de 2007 su cargo actual en el Consejo Ejecutivo de Nestlé, en el que ejerce de responsable de Aprovisionamiento, Producción, Supply Chain, Ingeniería, Dirección de Calidad, Agricultura, Seguridad, Salud y Medio Ambiente, y Operations Performance.

José López ha pertenecido también a diferentes organizaciones sin ánimo de lucro: es Presidente del Consejo de Dirección de GS1 y, desde el 2010, miembro del Consejo Asesor del Programa para el Liderazgo Sostenible de la Universidad de Cambridge.

Es un apasionado del mundo del agua y lidera un comité especializado sobre el agua dentro del Grupo Nestlé.



**Xavier Orriols.**  
Presidente,  
**PEPSICO IBERIA**

---

Xavier Orriols es el actual Presidente de la Región Ibérica de PepsiCo. Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña, y con un postgrado de Finanzas en ESADE, empezó su trayectoria profesional en PepsiCo en 1990.

Desde entonces ha desarrollado distintos cargos ejecutivos en las áreas de Tecnologías de la Información, Marketing, Finanzas y Dirección General. Entre su variada trayectoria funcional se incluyen las Direcciones de Informática, Marketing y Finanzas de PepsiCo Foods España, las Direcciones Financieras de PepsiCo para del Sur y del Norte de Europa (con base en Holanda) y finalmente la Dirección General de PepsiCo Foods Iberia.

Desde Enero del 2009 es Presidente de la Región Ibérica de PepsiCo, teniendo a su cargo las Direcciones Generales de Alimentación y de Bebidas tanto para España como para Portugal. Es, también, miembro del comité ejecutivo de PepsiCo Europa, una de las 4 Divisiones de PepsiCo a nivel mundial.



**Walter Robb.**  
Co-Chief Executive Officer,  
**WHOLE FOODS MARKET**

---

Walter Robb se incorporó a Whole Foods Market in 1991 dirigiendo la tienda de Mill Valley, CA hasta que llegó a presidente de la Región del Pacífico Norte en 1993. Responsabilidad desde la que consiguió hacer crecer la región de dos a 17 tiendas.

Fue nombrado Vicepresidente Ejecutivo de Operaciones en el año 2000, Chief Operating Officer en el 2001 y Co-President en el 2004. En el año 2010, Robb fue designado Co-CEO junto a John Mackey y pasó a formar parte desde ese momento del Consejo de Dirección de Whole Foods Market.

Es un ávido defensor de lo orgánico, y forma parte del Consejo Asesor del Organic Center for Education and Promotion. Pertenece también a la Junta Rectora de la Universidad del Pacífico. Walter Robb es miembro también del Consejo de Dirección tanto de la Whole Planet Foundation como de la Retail Industry Leaders Association y es Presidente del Consejo de la Whole Kids Foundation.

Hoy, Whole Foods Market es el líder mundial en alimentación natural y orgánica, con más de 310 tiendas en América del Norte y en el Reino Unido. Whole Foods Market sigue honrando sus ideales originales y cree que en ello está la razón fundamental de su éxito.





**Kevin Roberts.**  
Consejero Delegado,  
**SAATCHI & SAATCHI WORLDWIDE**

---

Kevin Roberts es consejero delegado Saatchi & Saatchi Worldwide, una de las agencias publicitarias y creativas más importantes del mundo, que cuenta con 140 oficinas en 76 países y da empleo a 6.000 personas.

Sin estudios, llegó a Londres en los años sesenta en busca de un empleo y lo encontró al lado de la carismática Mary Quant, diseñadora y empresaria que en los años sesenta puso de moda la minifalda. Posteriormente trabajó para grandes compañías de gran consumo como Gillette, Procter & Gamble, Pepsi o Lion Breweries. En 1997 se incorpora a Saatchi & Saatchi.

Es autor de los siguientes libros: "Lovemarks. El futuro más allá de las Marcas", "El Efecto Lovemarks. Ganando en la revolución del consumidor", "Sisomo, el futuro en la pantalla" y "Peak Performance", este último escrito junto con otros autores.

Kevin Roberts lidera un proyecto social denominado TYLA (Turn Your Life Around: Dale un giro a tu vida), dirigido a ayudar a chicos que corren riesgo de exclusión social transformando la energía negativa en energía y acciones positivas.



**Javier Santiso.**  
Profesor de Economía, **ESADE**  
y Director, **ESADEGEO**

---

Javier Santiso es también Director en Telefónica Europa y había ocupado este cargo anteriormente para Telefónica América latina.

Ha trabajado como Economista Jefe y Director general, a cargo del Centro de Desarrollo de la OCDE, así como Economista Jefe para Mercados Emergentes de BBVA.

En 2009 es nombrado Young Global Leader por el World Economic Forum (Davos) y en 2011 uno de los más influyentes jóvenes pensadores iberoamericanos por la revista Foreign Policy.

Ha publicado libros sobre mercados emergentes en MIT Press, Oxford University Press, Cambridge University Press y Columbia University Press, además de medio centenar de artículos en revistas especializadas.

Ha estudiado en París, Oxford y Boston, en HEC School of Management, Oxford University, y Harvard University. Tiene un MBA y un PhD, especializado en economía y finanzas, y particularmente en mercados emergentes y América latina.

Es fundador de Startup Spain y escribe regularmente sobre startups, venture capital y mercados emergentes en Twitter. Actualmente trabaja sobre un nuevo libro: "España 3.0".

t. @JavierSantiso



**Carina Szpilka.**  
Directora General,  
**ING DIRECT ESPAÑA.**

---

Carina Szpilka es Directora General de ING DIRECT España, miembro del Consejo Asesor de la Tesorería Europea de ING DIRECT y miembro del Consejo Asesor de ING Bank en Rumanía.

Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales (E-2) por ICADE y MBA Executive por el Instituto de Empresa inicia su trayectoria profesional en el Banco Santander. Posteriormente, se incorpora a Argentaria como adjunta al director del área de Canales Alternativos, donde llega a ser la máxima responsable de la estrategia de banca telefónica.

En 1998 se suma al proyecto de ING DIRECT en España como directora de atención al cliente y seis años más tarde pasa a ser directora de Hipoteca Naranja. En octubre de 2007 da el salto hasta la dirección adjunta del banco en España, donde permanece hasta su nombramiento como máxima responsable de ING Direct en Francia, liderando la transformación de banco de ahorro a banco completo con el lanzamiento de la cuenta Nómina y el proyecto de hipotecas. En 2010 regresa a nuestro país como líder de ING España.

ING DIRECT ha sido durante los últimos cuatro años el banco más valorado y recomendado en nuestro país, donde cuenta ya con 2,5 millones de clientes. Hoy gestiona 29.900 millones de euros y en él trabajan cerca de un millar de profesionales. ING Direct desarrolla su actividad en 8 países y tiene más de 16 millones de clientes en todo el mundo. Forma parte del grupo holandés ING, que posee más de 160 años de experiencia y está presente en 40 países.



**Un cliente maltratado.**

---

Desafortunadamente, los casos de negligente atención a la reclamación de un cliente no son infrecuentes. Existen deficiencias en procesos y actitudes que no han cambiado en algunas empresas a pesar del paso del tiempo. Pero algo sí ha cambiado drásticamente: hoy el cliente tiene el poder de llevar su reclamación y su descontento mucho más allá de la tradicional “ventanilla”. Hoy su “ventanilla” es el mundo.

Tendremos el testimonio personal de un cliente que se sintió maltratado y que, tras probar los canales tradicionales de reclamación sin éxito, utilizando sus aptitudes profesionales y su habilidad para contar historias consiguió que más de 150 millones de personas hayan conocido su problema con United Airlines a través de las redes sociales. Un testimonio que nos ayudará a entender que la importancia que damos en las empresas al servicio al cliente y, por qué no, al poder de los nuevos medios de conexión con y entre consumidores, han adquirido otra dimensión.

# CONGRESOAECOC'12

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL GRAN CONSUMO

Barcelona, 24 y 25 de Octubre

[www.aecoc.es/eventos/congresoaecoc2012](http://www.aecoc.es/eventos/congresoaecoc2012)